

第2セッション「ポピュラー・カルチャーの新展開」

著者	山田 奨治
会議概要（会議名，開催地，会期，主催者等）	新領域・次世代の日本研究，京都，2014年11月11日-13日
ページ	85-86
発行年	2016-11-30
その他の言語のタイトル	Session 2 : New developments in the study of popular culture
シリーズ	海外シンポジウム2014 International Symposium 2014 in Kyoto
図書名	新領域・次世代の日本研究
URL	http://doi.org/10.15055/00006527

第2セッション 「ポピュラー・カルチャー研究の新展開」

共同企画者：山田奨治／呉咏梅

マンガやアニメに代表される日本のポピュラー・カルチャーが、海外の若者を惹き付けるようになってから久しい。いまや日本語を学びはじめる海外の若者の大半が、マンガ・アニメを学習のきっかけにしているというデータもある。しかし、海外に出た日本のポピュラー・カルチャーはマンガ・アニメ以外にも多様にあり、19世紀末以前に遡る歴史性を帯びている。日本の内外で研究の指向性の違いも表れている。このセッションでは、ポピュラー・カルチャー研究の多様性に目を向け、日本研究としての今後の展開を探る。

ポピュラー・カルチャーは往々にして、消費文化とそれを媒介する企業活動によって支えられる。李衣雲の論文では、戦前・戦時の台湾における日系の「百貨店」の活動と、それが生んだ消費文化を論じている。台湾の「百貨店」は、はじめは華やかな消費生活へのあこがれをかき立てていたが、時局の変化とともにそれは戦時統制経済の実行者へと姿を変えた。日系「百貨店」が形成した統制経済は、台湾では1965年までつづくことになったという。また、アリサ・フリードマンの論文では、1990年から2014年までの日本のテレビドラマを取り上げ、そこに描かれている女性の、とりわけ働く女性のライフコースの変化を考察し、そこに現実の日本社会の規範とドラマの女性の生き方との相互の影響関係を考察している。ジェンダーの観点を入れることは、欧米の研究者のあいだでは必須の研究作法になっているが、日本を含む東アジアのポピュラー・カルチャー研究者にそれが浸透していく余地はまだあるように感じる。シンポジウム当日にはもう1件の発表があったが、やむを得ない事情により本書に論文を採録することができなかったことを記しておく。

このセッションでの議論や他の研究会・シンポジウムの成果を踏まえて、日文研では2016年度から6年間の基幹研究として通時的・国際的な大衆文化研究に取り組むことになった。それもまた、このセッションの成果のひとつといえるだろう。（山田奨治）

Session 2 New Developments in the Study of Popular Culture

Joint Organizer: YAMADA Shōji / WU Yongmei

It has been a long time since Japanese pop culture, exemplified by manga and animation, attracted young people from overseas. It has even been found that manga and animation serve as a trigger to learn Japanese for most overseas young people who start to learn the language. However, a variety of Japanese popular culture industries other than manga and animation have received international recognition and Japanese popular culture bears a historicity that goes back beyond the end of the 19th century. Differences in the study trends in Japan and overseas have also been observed. This session explores the future development of Japanese studies in view of the diversity of popular culture studies.

Popular culture is often supported by the consumer culture and corporate activities that mediate it. Lee I-Yun's paper discusses the activities of Japanese "department stores" prior to and after WWII in Taiwan and the consumer culture that gave birth to them. Although, at first, "department stores" in Taiwan aroused a longing for a sumptuous consumer lifestyle, department stores transformed into the actors who realized the war-time controlled economy as the status quo changed. According to Lee, the controlled economy built by the Japanese "department stores" lasted until 1965 in Taiwan. On the other hand, Alisa Freedman's paper takes up Japanese TV dramas from 1990 to 2014, examines the changes in the life courses of the women depicted therein, working women in particular, and examines the interaction between the actual norms of Japanese society and women's ways of life in the dramas. Incorporating the gender perspective in a study has become a requisite study method among western researchers, and I suspect that there is still room for that trend to spread across popular culture researchers in East Asia, including Japan. Finally, I just want to mention that, although one other presentation was made on the day of the symposium, we were unable to collect it in this book for unavoidable reasons.

In light of outcomes from discussions in this session as well as other conferences and symposiums, the International Research Center for Japanese Studies has determined to work on historic, international popular culture studies as its core study for six years starting from the fiscal year 2016. This can also be said to be one of the outcomes of this session.

(YAMADA Shōji)